

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ РЫНКОМ

В.И. Иванова

ГУ ВПО «Белорусско–Российский университет», ipk.mogilev@tut.by

Информация приобретает все большее значение в нашей жизни. Эффективное управление региональными потребительскими рынками требует наличия соответствующей информации. В постоянно меняющемся окружающем мире информация используется в самых разных ситуациях и имеет серьезное прикладное значение. В результате обработки, систематизации и анализа информация может трансформироваться и преобразовываться в различные массивы, базы, системы. В зависимости от ситуации информация может быть как полезной, так и совершенно бесполезной.

Экономическая информация имеет свойство быстро устаревать в силу очень высокой динамичности экономических процессов, поэтому достоверность и актуальность информации является ключевым фактором, от которого зависит успешность управленческих решений.

При управлении потребительским рынком страны необходима информационная система, включающая в себя множество массивов–подсистем, содержащих информацию о развитии рынка потребительских товаров в регионах. Однако на практике очень сложно работать с таким огромным объемом информации, следовательно, данный процесс необходимо автоматизировать.

Использование информационных технологий в управлении потребительским рынком позволит получить значительный положительный эффект в результате:

- ускорения анализа, реализации и контроля управленческих функций;
- максимально возможной унификации управленческих функций с помощью разработки эффективных алгоритмов решения;
- быстрого перехода к новым прогрессивным методам управления региональными потребительскими рынками;
- получение принципиально новых знаний в области управления региональными потребительскими рынками.

В настоящее время существующие подходы к формированию информационной системы управления национальным и региональными потребительскими рынками не позволяют полноценно решать как текущие, так и стратегические задачи их развития, поэтому значительное число осуществляемых мероприятий имеет крайне низкую эффективность, а отсутствие адекватной отчетности не позволяет реализовывать на практике основные принципы программно–целевого подхода к управлению. Эти проблемы, наряду с другими, вызваны и тем, что информация, подготавливаемая сегодня Белстатом, направлена преимущественно на удовлетворение информационных потребностей национального и, в некоторой мере, регионального уровней, как правило, не учитывает особенностей развития потребительского рынка в районах Республики Беларусь. Необходимо отметить также, что руководство регионов далеко не всегда имеет четкое представление о современных информационных системах, и существует вероятность их противодействия внедрению информационных систем.

Поэтому сложившаяся ситуация способствует снижению качества принимаемых решений, неэффективному использованию целевых средств, и, как следствие, препятствует качественному социально–экономическому развитию целого ряда белорусских территорий и порождает серьезные проблемы, обуславливающие снижение эффективности управления региональными потребительскими рынками.

Таким образом, решение важнейшей задачи, состоящей в том, чтобы превратить национальные инструменты поддержки в реальные механизмы развития регионов и обуславливает необходимость создания целевой системы информационного обеспечения регионального развития потребительского рынка.

Результаты исследований отечественных и зарубежных авторов внесли существенный вклад в разработку исследуемой проблемы, однако основное внимание в изученных работах уделялось вопросам типологии и характеристики регионов, территориального размещения производства, управления социально–экономическим развитием регионов, информационного обеспечения, математического и эконометрического моделирования процесса управления регионами. Вместе с тем в экономической литературе вопрос организации комплексного подхода в управлении потреби-

тельским рынком на базе информационной системы управления региональным развитием потребительского рынка в полной мере пока еще не разработан и не изучен.

В связи с этим крайне важной научной и практической задачей является обоснование подходов к формированию информационной системы регионального развития потребительского рынка, основанной на экономическом описании проблем, сдерживающих процесс развития и использования для их решения необходимой статистической методологии. В информационную систему управления целесообразно интегрировать две следующие подсистемы:

- информационное обеспечение регионального развития потребительского рынка;
- информационная система регионального прогнозирования потребительского рынка.

Поэтому с целью устранения имеющейся проблемы в недостаточном информационном обеспечении рынка потребительских товаров нами предлагается к рассмотрению автоматизированная информационно–аналитическая система управления потребительским рынком, представленная в виде программного продукта, разработанная на языке программирования и имеющая строгий алгоритм последовательности действий при разработке прогнозов развития потребительского рынка в регионах.